

Strobl, Birgit

Interaktive Möglichkeiten der internen Unternehmenskommunikation als wesentlicher  
Bestandteil des Marketings – eine theoretische Betrachtung

eingereicht als

BACHELORARBEIT

an der

---

HOCHSCHULE MITTWEIDA (FH)  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Wirtschaftskommunikation

Mittweida, 2012

Erstprüfer:	Prof. Dr. René-Claude Urbatsch
Zweitprüfer:	Prof. Dr. Johannes Stelling